

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	鹿屋商工会議所（法人番号 1340005006627） 鹿屋市（地方公共団体コード 462039）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 小規模事業者の経営課題の抽出と課題の解決</p> <p>(2) 小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画策定支援</p> <p>(3) 小規模事業者への商談会・展示会等の情報提供と出展による販路開拓・販売促進支援を通じた鹿屋市の知名度向上と地域全体の発展</p> <p>(4) 関係機関との連携強化による小規模事業者の持続的発展と地域の振興</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>(1) 地域の経済動向調査に関すること 管内の景況及び小規模事業者の経済動向・業況を把握し、地域経済分析システム（RESAS）等を活用し、経済動向に関する必要情報を提供する。</p> <p>(2) 需要動向調査に関すること 外部機関が主催する展示商談会等の来場者や当所主催の個別商談会の招聘バイヤー等へのアンケート調査を行い、市場ニーズを把握し、継続的な商品開発・販路開拓支援に取り組む。</p> <p>(3) 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談による経営分析の実施や経営分析セミナー等の開催により、経営分析実施事業者を発掘し、事業計画策定支援等に活用する。</p> <p>(4) 事業計画策定支援に関すること DX推進セミナー・IT専門家派遣、事業計画策定セミナーにより、事業計画策定事業者の発掘と経営分析を踏まえた事業計画策定支援を行う。</p> <p>(5) 事業計画策定後の実施支援に関すること 定期的なフォローアップを行い、事業環境の変化や事業計画の進捗状況を把握する。事業計画に乖離が生じる場合は、専門家派遣制度等も活用し、伴走型の支援を実施する。</p> <p>(6) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会等の情報提供・出展支援、当所主催の個別商談会の開催、商談力向上セミナー等の開催による競争力の強化や新たな需要開拓の支援に取り組む。</p>
連絡先	<p>鹿屋商工会議所 中小企業振興部 振興課 〒893-0015 鹿児島県鹿屋市新川町 600 番地 TEL:0994-42-3135/FAX:0994-40-3015 E-mail:kanoya-cci@kanoya-cci.or.jp</p> <p>鹿屋市 農林商工部 商工振興課 商工振興係 〒893-8501 鹿児島県鹿屋市共栄町 20 番 1 号 TEL:0994-31-1164/FAX:0994-40-8688 E-mail:syoukou@city.kanoya.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

鹿屋市は、本土最南端へと伸びる鹿児島県大隅半島のほぼ中央部に位置し、市域は東西20km、南北41kmに及び、人口は約10万1,500人(管内の人口は約8万600人)で古くから大隅地域の交通・産業・経済・文化の拠点としての役割を担っている。

平成の大合併(平成18年1月に商工会地区である周辺の吾平町：現在の人口は約6,200人、輝北町：現在の人口は約2,800人、串良町：現在の人口は約11,900人と合併)により鹿児島県内では鹿児島市、霧島市に次いで、3番目に人口の多い市となった。

なお、平成の大合併以降、旧鹿屋市地域が鹿屋商工会議所管轄、旧吾平町・輝北町・串良町の各3町地域がかのや市商工会の管轄地域となっている。

鹿屋市の北部には日本の自然百選にも選ばれている壮大な高隈山系が連なり、西部は、鹿児島湾(錦江湾)に面して美しい海岸線が見られ、南部は、神代三山稜の1つである吾平山上陵を有する山林地帯となっている。

年間平均気温は17.6℃、年間降水量は2,685.6mmと1年を通じて温暖な気候や豊かな自然環境に恵まれている。また、8haの広大な敷地に3万5千株の薔薇が栽培されている日本最大級の『かのやばら園』や開学40周年を迎えた全国唯一の国立体育大学である『国立大学法人鹿屋体育大学』、『海上自衛隊鹿屋航空基地』などがあることでも知られている。

鹿屋市の基幹産業は第一次産業であり、肉用牛、豚、乳用牛の飼養頭数、産出額ともに全国トップクラスを誇る畜産業をはじめ、温暖な気候と豊かな自然を生かしたさつまいも、茶、水稻等の栽培が盛んで、国内でも有数の食料供給基地として重要な役割を担っている。農林水産省生産農業所得統計によると、農業産出額は約455億円(令和元年度)で、県内同産出額の9.3%を占める。

また、鹿児島湾(錦江湾)で行われているカンパチなどの海面養殖や漁船漁業の他、全国有数の生産地となっている鰻の養殖等、多様な水産業も営まれている。

商工業については、モータリゼーションの進展によるロードサイド型商業施設の郊外出



店に伴い、中心市街地の空洞化、各商店街の機能減退が顕著になっている。このような中、中心市街地活性化を図るため、平成 19 年に新たな拠点施設として「リナシティかのや（再開発ビル）」が開業し、令和 4 年に開業 15 年を迎える。年間延べ 130 万人を超える施設利用者があるものの、周辺商店街への回遊がなく、商店街の活性化に繋がっていない状況である。

交通手段については、昭和 62 年 3 月の国鉄大隅線の全線廃止により、鹿屋市内を走る公共交通機関は、路線バスとタクシーのみとなり、自家用車が一家に複数台必要な状況となっている。また、交通道路網については、陸の孤島といわれるほど整備が遅れていたが、平成 26 年 12 月の東九州自動車道（曾於弥五郎 IC～鹿屋串良 JCT 間）・大隅縦貫道（鹿屋串良 JCT～笠之原 IC 間）の開通により九州自動車道を経由して鹿児島市から鹿屋市まで一本の高速道路で繋がり、さらに令和 3 年 7 月には鹿屋市から志布志市（鹿屋串良 JCT～志布志 IC 間）まで東九州自動車道が延伸された。

○土地の地目別面積 （注：端数計算（四捨五入）で総数とは必ずしも一致しない）
（単位：ha）

区分	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
田	2,457	2,453	2,434	2,417	2,408
畑	9,053	9,022	8,955	8,887	8,837
宅地	3,334	3,349	3,369	3,397	3,418
山林	12,906	12,950	12,972	12,934	12,845
原野	846	842	835	833	803
雑種地	1,484	1,512	1,575	1,620	1,826
その他	4,050	4,069	4,092	4,184	4,197
総面積	34,132	34,198	34,233	34,272	34,334

<資料：統計かのや（鹿屋市税務課）より>

<鹿屋市の概況>

- ・面積 448.15 k m² （管内：234.19 k m²／国土地理院）
- ・総人口 101,573 人 （鹿屋市統計：令和 3 年 8 月 31 日現在）
- ・管内人口 80,593 人 （鹿屋市統計：令和 3 年 8 月 31 日現在）
- ・総事業者数 4,722 事業所 （平成 28 年経済センサス活動調査）
- ・管内商工業者数 3,357 事業所 （平成 28 年経済センサス活動調査）
- ・管内小規模事業者数 2,596 事業所 （平成 28 年経済センサス活動調査）
- ・産業構造 第 1 次産業：11.46%、第 2 次産業：18.15%
第 3 次産業：67.88%、分類不能：2.51%
（平成 27 年国勢調査）
- ・特産品 黒牛・黒豚・ブロイラー・焼酎・鰻・カンパチ
茶・さつまいも・落花生等

<人口の推移>

鹿屋市住民基本台帳によると、鹿屋市全体の人口は、平成 18 年 1 月の合併により 10 万人を超え、鹿児島市・霧島市に次ぐ県内 3 番目の市となった。合併後の人口推移をみると、少子高齢化の影響もあり、合併当初（平成 18 年 1 月末）の 106,906 人をピークに減少を続けており、令和 3 年 8 月末時点で 101,573 人となっている。

また、世帯数は、合併当初の 46,887 件から少しずつ増加して、令和 3 年 8 月末時点で 51,151 件となっている。1 世帯当たりの人員は減少を続けており、核家族や単身世帯の増加を示している。

年齢構成比では、0 歳～14 歳の年少人口が 15.13%、15 歳～64 歳の生産年齢人口が 54.98%、65 歳以上の高齢人口が 29.89%となっており、最も多い年代は 60 代で 14,517 人、最も多い年齢は 72 歳の 1,652 人となっており、高齢化率が上昇している。なお、平均年齢は、47.40 歳である。

管内（旧鹿屋市）の状況をみると、人口は、微増・微減を繰り返しながら推移しているが、総体としては、減少傾向にある。一方、世帯数は増加しており、核家族や単身世帯が増加している。

<将来の人口予測>

国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、鹿屋市の総人口は、合併前の平成 12 年（2000 年）をピークに減少傾向にあり、2040 年には 87,659 人と 90,000 人を下回り、2060 年には 72,862 人にまで減少すると見込まれている。年少人口と生産年齢人口は、一貫して減少傾向にあり、逆に高齢人口は、一貫して増加傾向にある。

○人口の推移（合併後）

年月日	鹿屋市全体		鹿屋商工会議所管内（旧鹿屋市地域）			
	世帯数 （世帯）	人口 （人）	世帯数 （世帯）	人口（人）		
				男性（人）	女性（人）	合計（人）
平成 18 年 8 月 31 日	47,232	106,777	36,671	38,770	42,580	81,350
平成 23 年 8 月 31 日	48,862	105,660	38,210	38,876	42,852	81,728
平成 28 年 8 月 31 日	50,385	104,487	39,717	39,001	42,946	81,947
令和 3 年 8 月 31 日	51,151	101,573	40,750	38,659	41,934	80,593

<資料：鹿屋市住民基本台帳月報より>

○年齢区分別人口

年月日	平成 18 年 8 月 31 日		平成 23 年 8 月 31 日		平成 28 年 8 月 31 日		令和 3 年 8 月 31 日	
	人 口 (人)	割 合 (%)	人 口 (人)	割 合 (%)	人 口 (人)	割 合 (%)	人 口 (人)	割 合 (%)
年少人口 (0～14 歳)	16,868	15.80	16,337	15.46	16,198	15.50	15,374	15.13
生産年齢人口 (15～64 歳)	64,747	60.64	63,684	60.27	59,768	57.20	55,841	54.98
老齢人口 (65 歳以上)	25,162	23.56	25,639	24.27	28,521	27.30	30,358	29.89
総数	106,777	100	105,660	100	104,487	100	101,573	100

<資料：鹿屋市住民基本台帳より>

○人口動態

(単位：人)

年	自然動態			社会動態			人口 増減
	出生	死亡	増減	転入	転出	増減	
平成 28 年	1,050	1,218	△168	4,751	4,882	△131	△299
平成 29 年	1,025	1,267	△242	4,943	4,970	△27	△269
平成 30 年	961	1,345	△384	4,736	5,057	△321	△705
令和 元年	907	1,294	△387	4,726	5,124	△398	△785
令和 2 年	908	1,262	△354	4,501	4,821	△320	△674

<資料：鹿屋市住民基本台帳月報（鹿児島県毎月人口調査より）>

<産業（業種別）景況感>

平成 28 年経済センサスによれば、業種別の管内商工業者数では、最も大きな割合を占める「卸売・小売業」が 1,073 件（小規模事業者数：689 件）、全体の 31.96%（小規模事業者：26.54%）を占めているが、平成 24 年経済センサスと比較すると 15 件（小規模事業者数：54 件）減少している。郊外への全国資本のチェーン店等の出店による中心市街地の空洞化や消費者ニーズの変化、小規模事業主等の高齢化、後継者不足等により事業者数が減少している。

また、管内の全商工業者数は 3,357 件（小規模事業者数：2,596 件）となっており、平成 24 年経済センサスと比較すると 59 件（小規模事業者数：82 件）減少しており、「卸売・小売業」と同じく全商工業者数においても、小規模事業者数の減少が顕著であり、小規模事業者の事業継続が厳しいことが見て取れる。

全国の地方都市同様に鹿屋市においても少子高齢化の進展や生産年齢人口の減少、地域需要の減少による経済規模の縮小が消費減退の要因と思われる。

なお、「宿泊業・飲食サービス業」等については、2020 年に開催される予定であった『東京オリンピック・パラリンピック』、『鹿児島国体』に向けたビジネスホテルの建設や飲食店の新規出店等により増加していたが、令和 2 年に感染者が発生した『新型コロナウイルス感染症』の感染拡大による飲食店への営業時間短縮要請や外出自粛要請等もあり、関連する業種も含め、かつてないほどの厳しい状況となっている。

○管内の産業別商工業者数と小規模事業者数の推移

(単位：件)

産業大分類及び調査年	平成 24 年		平成 26 年		平成 28 年	
	商工業者数	小規模事業者数	商工業者数	小規模事業者	商工業者数	小規模事業者
農業・林業・漁業	87	82	94	87	86	78
鉱業、砕石業、 砂利採取業	4	4	3	3	4	4
建設業	301	287	304	289	295	282
製造業	211	178	222	189	206	173
電気・ガス・熱供給・ 水道業	3	1	6	4	4	1
情報通信業	25	19	27	19	24	19
運輸業、郵便業	51	33	51	35	55	42
卸売・小売業	1,088	743	1,110	724	1,073	689
金融・保険業	77	67	79	68	75	66
不動産、物品賃貸業	145	132	148	133	138	126
学術研究、 専門・技術サービス業	110	86	120	87	116	90
宿泊業、 飲食サービス業	541	387	550	401	552	405
生活関連サービス業、 娯楽業	403	358	387	347	392	346
教育、学習支援業	95	82	91	75	86	74
医療、福祉	63	54	66	57	68	63
複合サービス業	38	35	38	36	36	32
サービス業（他に 分類されないもの）	174	130	166	122	147	106
全産業（合計）	3,416	2,678	3,462	2,676	3,357	2,596

<平成 24 年経済センサス、平成 26 年経済センサス、平成 28 年経済センサスより>

○鹿屋商工会議所の個人・法人別会員数の推移

(単位：件)

区分	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度
個人会員	699	699	693	648	663
法人会員	834	837	840	828	834
団体会員	10	10	10	10	10
小計	1,543	1,546	1,543	1,486	1,507
特別会員 (域外)	85	85	86	84	78
合計	1,628	1,631	1,629	1,570	1,585

<資料：鹿屋商工会議所事業報告書より>

○鹿屋商工会議所の部会別（業種別）会員数の推移

(単位：件)

区分	平成 28年度	平成 29年度	平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度
建設・建材	291	287	287	279	281
商業	343	338	335	324	323
観光 サービス	271	281	284	258	275
庶業	329	332	333	328	329
交通運輸	146	147	144	137	138
工業	123	122	121	122	123
金融・証券・ 保険	40	39	39	38	38
特別 (域外)	85	85	86	84	78
合計	1,628	1,631	1,629	1,570	1,585

<資料：鹿屋商工会議所事業報告書より>

②課題

時代の変化とともに消費者の購買行動も変化しており、郊外への全国チェーン店の出店や高速道路網の整備による消費流出が加速している。業態についても、コンビニエンスストアやドラッグストア等の増加により、中心市街地をはじめ、地元商店街・通り会は著しく集客力が低下し、後継者不足等の問題から空き店舗（令和3年6月30日調査の管内商店街全体の空き店舗率は前年の21.9%から25.1%へ上昇）も増加している。

このような厳しい状況の中、当所としては、小規模事業者の持続的発展に向けて、経営計画・事業計画等の作成支援を行うとともに、「小規模事業者持続化補助金」や「ものづくり補助金」、「事業再構築補助金」等の国の補助金制度の活用や経営革新等の申請支援に取り組む他、㈱日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経融資）や利子補給制度等を活用した支援を継続的に推進していく必要がある。

鹿屋市は、黒牛・黒豚・ブロイラー・焼酎・鰻・カンパチ・茶・さつまいも・落花生等をはじめとした、国内有数の食料供給基地でありながら、これらのすばらしい地域資源を上手く情報発信できておらず、全国的には認知度が低いことが課題である。鹿屋市産業振興課・鹿屋市ブランド推進協議会や大隅加工技術研究センター等と連携した新商品開発や販路開拓・販売促進のために、大都市圏を中心とした地域で開催される商談会への出展やバイヤーとの商談会等の機会創出が必要である。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

人口減少が進み、地域内の消費需要の落ち込みが懸念される中、今後10年間を見据えて、地域内の小規模事業者が外需の獲得に取り組んでいくことが必要となってくる。そのためには、地域の自然・歴史・文化を活かした観光資源や農畜水産物を活用した特産品開発等に取り組むとともに、商談会等への出展はもとより、ITを活用したネット販売やふるさと納税制度の利用を促進し、地域外への売り込みによる外需の取込に向けた支援を強化していく必要がある。

②第2次鹿屋市総合計画との連動性・整合性

第2次鹿屋市総合計画では、ひとが元気！まちが元気！「未来につながる健康都市かのや」というまちづくりの将来像のもと、基本目標2として「やってみたい仕事ができるまち」を掲げ、基本施策①では、地域資源を活かしたブランド化や6次産業化を促進し、安定した経営の確保を図ることとしている。当所も鹿屋市と連携しながら、小規模事業者の経営安定のために地域資源のブランド化を促進し、6次産業化を支援する。

また、基本目標3として「いつでも訪れやすいまち」を掲げ、基本施策①では、観光物産フェア等の実施やSNSの活用等による情報発信を強化し、地域資源を生かして鹿屋市の認知度向上を図ることとしている。当所も商談会等の情報提供や出展支援を行い、販路拡大支援を行う。これらの基本施策は、本経営発達支援計画で目指す小規模事業者の持続的な発展や競争力強化に繋がるものである。

③商工会議所としての役割

地域総合経済団体であり、支援機関でもある商工会議所には、小規模事業者へのきめ細かな伴走型支援が求められている。特に経営資源の乏しい小規模事業者は少子高齢化・人口減少等による市場規模の縮小や消費需要の低下、郊外への全国チェーン店の出店等による売上減少や後継者不在による事業承継問題等の厳しい経営環境に直面している。

このような状況の中、当所は、行動指針に「鹿屋・大隅地域の地場産品の需要開拓と販路拡大に努めるとともに、農商工連携・6次産業化の推進を図り、付加価値の高いブランドと新たなビジネスモデルの創出に努めます。」「地域経済の構造変化に対応すべく、中小企業や小規模事業者の経営課題の解決に努めます。」と掲げている。鹿屋市の「第2次鹿屋市総合計画」を踏まえ、事業の継続・持続的発展を支援するために、鹿児島県・鹿屋市・かのや市商工会・地域金融機関・鹿屋市産業支援センター等の支援機関との連携を強化し、行政施策の周知・広報の徹底と実効性のある小規模事業者支援（ワンストップ支援）を実行し、経営の安定化に向けてフォローアップを行う。また、中小企業庁の中小企業119や鹿児島県のエキスパートバンク等の専門家派遣制度等も活用した伴走型の支援・フォローアップの継続により地域経済の発展と活性化を実現していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の「地域内の小規模事業者の現状と課題」及び「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、鹿児島県・鹿屋市・地域金融機関・鹿屋市産業支援センター・民間団体・その他支援機関等との連携を強化し、会員・非会員を問わず、小規模事業者の経営力向上・競争力強化の支援に取り組むとともに、巡回・窓口・電話相談・ダイレクトメール・当所会報・ホームページ等を通じて小規模事業者への支援施策の周知・広報を強化し、きめ細かな伴走型支援に取り組む。

特に、鹿屋市の特徴である農畜水産業の「6次産業化・農商工連携推進事業」を鹿屋市と情報共有しながら積極的に推進し、全国に誇る食料供給基地として、黒牛・黒豚・ブロイラー・焼酎・鰻・カンパチ・茶・さつまいも・落花生等の農畜水産物や加工品等の地域資源の発掘と新商品開発・ブランド化による販路拡大・販売促進により、経営力の強化・持続的な経営発達支援を推進し、鹿屋市の知名度向上と活性化を図るとともに、交流人口の増加を図り、『魅力ある鹿屋市づくり』を鹿屋市とともに推進する。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、地域経済はもとより、日本経済・世界経済も未曾有の被害を受けており、ウィズコロナ・アフターコロナに対応するために関係機関との連携をさらに強化し、小規模事業者を支え続け、地域経済の復興を図る。

- ①食品製造・販売業、特産品製造・販売業、飲食関連業等を中心に小規模事業者の経営課題の抽出と課題の解決を支援する。
- ②食品製造・販売業、特産品製造・販売業、飲食関連業を中心に小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画策定を支援する。
- ③食品製造・販売業、特産品製造・販売業、飲食関連業を中心に小規模事業者への商談会・展示会等に係る情報提供と出展支援による販路開拓・販売促進・商圏拡大を通じて、鹿屋市のPRに繋げ、知名度の向上を図り、地域活性化と交流人口の増加等、地域全体の発展に寄与する。
- ④鹿児島県・鹿屋市・地域金融機関・鹿屋市産業支援センター・民間団体・その他支援機関等との連携強化を図り、小規模事業者の持続的発展を通じて地域振興に寄与する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の経営課題の抽出・課題解決

巡回・窓口・電話相談等を通じ、食品製造・販売業、特産品製造・販売業、飲食関連業等を中心とした小規模事業者の経営状況の情報収集・現状把握を行い、課題抽出のための外部環境分析や内部資源分析等の経営分析を実施する。分析結果等は、平成29年より継続活用している経営支援基幹システム「BIZミル」により情報を蓄積・管理し、経営指導員で小規模事業者の現状や経営分析状況、支援状況等の情報を共有する。経営資源の乏しい小規模事業者は、自社の経営状況を把握・分析できないことが多いと推測されることから、当該小規模事業者へ分析情報を提供することにより、各種補助金の事業計画作成や経営計画策定等に係る支援等、効果的な支援活動に繋げ、小規模事業者の経営力強化を図る。

②小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画策定支援

食品製造・販売業、特産品製造・販売業、飲食関連業等を中心とした小規模事業者の経営上の様々な課題解決をサポートするため、集団指導である経営セミナーとして「事業計画策定セミナー」等を開催する。事業計画策定の重要性と事業計画策定に向けた経営分析や計画立案の手法を学んでもらうことにより、事業の継続・発展に積極的に取り組む小規模事業者の掘り起こしを行い、事業計画策定支援と策定後の経営課題の解決に取り組む。

また、経営指導員が相談対応をする中で、専門的で高度な課題については、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用した個別指導等を実施し、課題解決に導いていく。

③商談会やテストマーケティング等を活用した販路開拓・販売促進支援を通じた地域の発展

当所や関係機関が開催する商談会や展示会等の情報を小規模事業者へ提供し、地域資源のブランド化や販路開拓・販売促進に向けた支援を通じて、鹿屋市のPRに繋げ、知名度の向上を図り、地域活性化と交流人口の増加等、地域全体の発展に寄与する。

④関係機関との連携強化と支援力の向上による小規模事業者の持続的発展と地域振興

金融・税務・労働・法務・事業承継・事業再構築等の様々な経営相談に対応するために、各支援機関との連携を強化するとともに、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用した支援を行い、小規模事業者の持続的発展を通じて地域振興に寄与する。

また、日本商工会議所・鹿児島県商工会議所連合会、中小機構（中小企業大学校）等が主催する研修会や鹿児島県・鹿屋市・各支援機関等が主催する会議等へ参加することによって、各種施策や支援制度等の情報収集を行い、小規模事業者への情報提供と経営指導員の支援力の向上を図る。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域経済動向調査については、経営指導員が巡回・窓口・電話相談の際に事業主へのヒアリングを行っており、5月の大型連休・中元・歳末時期の景況調査を行っている。

また、日本商工会議所が行う「商工会議所早期景気観測システム（CCI-LOBO）」を活用し、5業種5者を対象に景況調査を行っている。

その他にも、鹿児島労働局の「労働かごしま」や帝国データバンク等の外部調査資料を活用しているが、「RESAS（地域経済分析システム）」等の国のビッグデータの活用ができていない。

巡回・窓口・電話相談等で得られた情報は会員カルテシステムや経営支援基幹システム「BIZ ミル」に随時入力して所内共有を図っているが、事業主の感覚的なものが多く、数字的な根拠に乏しいのが現状である。

また、日本商工会議所が行う「商工会議所早期景気観測システム（CCI-LOBO）」については、日本商工会議所ホームページでは公表されているものの、現状、当所ホームページでは公表しておらず、5月の大型連休・中元・歳末時期の景況調査報告とともに、当所会報（年6回奇数月、1,600部発行）のみでの情報提供となっている。

【課題】

現状にもあるように、調査結果は、事業主の感覚的な情報が多く、数字的な根拠に乏しく、小規模事業者が抱える個別の経営課題解決に的確な情報の提供としては十分対応できていない。調査結果の公表についても、当所会報のみの情報提供となっており、常に閲覧可能な状態にして、会員以外の管内小規模事業者へも幅広く情報提供できるように当所ホームページでも公表しなければならない。

また、「RESAS（地域経済分析システム）」等の国のビッグデータを活用した地域の経済動向分析を行い、小規模事業者の経営課題の解決に役立てなければならない。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向（LOBO）分析の公表回数	HP掲載	会報6回	12回	12回	12回	12回	12回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域における強み・弱み・活用できる資源や人材等を把握し、すべきこと・できることを見出し、優先順位を決め、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用した地域の経済動向分析を行い、当所ホームページや会報等で年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し、地域経済の循環状況や生産分析、分配・支出分析等を行う。

【調査項目】

- ・産業構造図 ⇒産業の現状を分析
- ・地域経済循環図 ⇒付加価値額が大きな産業は何か。何で稼いでいるかを分析
- ・移輸出と観光分析⇒域外からの所得の獲得の状況を分析

②景気動向分析

日本商工会議所が行う「商工会議所早期景気観測システム（CCI - LOBO 調査）」を活用し、全国2,651者（当所調査事業所は5者）を対象とした景気動向調査を月1回（年12回）実施するとともに、当所独自の調査として、管内の景気動向調査等を年3回実施し、調査結果を分析して公表する。

【調査対象】

- ①商工会議所早期景気観測システム（CCI - LOBO 調査）…5業種5者
- ②管内景気動向調査…「小売・卸売業」、「観光・飲食業」、「食品製造・販売業」を中心とした小規模事業者等30者程度

【調査方法】

- ①商工会議所早期景気観測システム（CCI - LOBO 調査）…専用回答書を直接事業所へ配付しFAXで回収
- ②管内景気動向調査…巡回・窓口・電話・メール・FAX・ライン等による聞き取り

【調査項目】

景況、売上高、仕入価格、利益・採算性、資金繰り、雇用状況、経営上の問題点等

【調査回数】

- ①商工会議所早期景気観測システム（CCI - LOBO 調査）…月1回（年12回）
- ②管内景気動向調査…年3回

【分析手法】

管内景気動向調査により得られた情報と商工会議所早期景気観測システム（CCI - LOBO 調査）の集計結果とを加味して、経営指導員が分析する。

(4) 調査結果の活用

「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し、地域経済の循環、移輸出・観光等の動向を把握し、「商工会議所早期景気観測システム（CCI-LOB0）」や管内景気動向調査等の活用により、より細かな景気動向を調査・分析する。調査・分析した結果は当所ホームページや会報等にて公表し、幅広く小規模事業者に周知する。また、経営指導員が巡回指導を行う際の参考資料にする等、経営発達支援事業に効果的に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、需要動向調査については、鹿児島県が実施している消費者購買動向調査等のデータ等を分析し、情報を得ていたが、消費者の生の声については、情報を収集・分析する仕組みが構築されておらず、小規模事業者への需要動向に関する情報提供や的確な支援ができていない。調査結果については、当該小規模事業者へのフィードバックは必要であると思われるが、特段、情報提供や公表はしていない。

【課題】

独自の需要動向調査を特に実施しておらず、各種統計資料からの情報収集になっており、当所管内の商圈や消費購買動向、消費者ニーズ等の情報を適切に発信できていない。独自の需要動向調査に加えて、関係機関との情報交換や専門家等も活用した需要動向調査を行い、消費者嗜好を捉えた新商品・サービス等の需要動向を分析し、当所ホームページや会報等を通じて情報を提供しなければならない。

また、大都市圏で開催される商談会等への出展支援や当所主催による独自の個別商談会を開催しているが、出展者への聞き取りしか行っていないので、出展者・バイヤー・来場者等へのアンケート調査等を行い、商品やサービスの改善、認知度の向上に繋がる情報を当該小規模事業者へ提供しなければならない。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により対面形式の商談等から Zoom 等を活用したオンライン商談への対応も必要となっている。一方、ネット販売による売上が伸びており、選ばれる商品となるためにもウィズコロナ・アフターコロナに対応した情報提供も必要である。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①外部商談会来場者による 商品評価調査対象事業者	—	5者	5者	5者	5者	5者
②招聘バイヤーによる 商品改善調査対象事業者	—	20者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①外部機関主催の展示商談会等に参加される事業者の商品への商品評価調査の実施

外部機関主催の展示商談会等に参加される5事業者の商品を対象に、商品内容・価格・来場者からの意見等についてのアンケート調査を行う。調査結果を取りまとめて、商品開発や販路拡大支援に活用する。また、当該小規模事業者には調査結果や分析結果をフィードバックする。

【調査方法】

外部機関主催の展示商談会等への出展者5者の商品に対して、専用アンケート用紙により来場者からの意見等を調査する。

【調査項目】

①味、②商品の見た目、③価格、④ネーミング、⑤来場者からの意見等

【サンプル数】

来場者50人程度

②招聘バイヤー等からの商品改善に関するアンケート調査の実施

当所が主催する独自の個別商談会へ招聘した県内外のバイヤー等3者へ参加事業者20者の商品に関するアンケート調査を行い、調査結果については、当該小規模事業者にはフィードバックし、その後の商談や商品開発を支援する。また、専門家等との連携により精度の高い販路拡大・商品開発に繋げる。

【調査方法】

当所主催の個別商談会へ招聘した県内外のバイヤー等3者へ参加事業者20者の商品を試食・試飲してもらい、アンケート調査を実施する。

【調査項目】

①素材、②味、③商品の見た目、④価格、⑤パッケージ、⑥デザイン、⑦改善点等

【サンプル数】

招聘バイヤー3者程度

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

決算申告、融資、補助金申請等の支援における財務状況・返済計画・事業計画策定等に関連して行う経営分析に加えて、セミナー参加者へのアンケート調査（BIZミル経営状況調査シートの活用）を行っている。

【課題】

税務・金融・補助金申請支援等、事業者からの短期的な経営相談が多いため、中・長期的な事業展開を見据えた経営課題の掘り起こしを行い、事業者自らが問題を提起し、課題解決できるような支援体制の確立が必要。

また、高度化・専門化する経営課題に対応するための専門知識が不足しているため、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等の活用等、外部専門家等と連携した支援が必要である。

(2) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年	令和 7 年	令和 8 年
①セミナー 開催回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析 事業者数	10 者	100 者	100 者	100 者	100 者	100 者

(3) 事業内容**①経営分析セミナーの開催や巡回・窓口・電話相談等を通じた相談ニーズの掘り起こし**

巡回訪問・窓口・電話相談等により得た小規模事業者の各種相談ニーズの中から意欲のある小規模事業者を掘り起こし、支援に向けた経営分析を行う。また、セミナー参加者は、意識が高い事業者が多いため、セミナー参加者へも積極的にアプローチし、経営分析を行う。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を鑑み、Zoom 等を活用したセミナーの開催にも対応し、非接触型の支援を実施する。

【募集方法】

- ・巡回、窓口、電話相談時に案内を行う。
- ・経営分析セミナーについては、当所ホームページで広く周知するとともに、チラシを作成し、当所会報、地元新聞へのセミナー案内の記事掲載を行う。
- ・管内の非会員小規模事業者へはダイレクトメールで案内する。

【対象者】

セミナー参加者や補助金申請、金融、税務、労働、法務、事業承継、事業再構築等の相談者をはじめ、巡回・窓口・電話相談の中で、販路拡大への強い意欲があり、実効性の高い小規模事業者。

【セミナー参加事業者数】

小規模事業者延べ 40 者程度

【開催回数】

年 2 回開催し、受講者を事業計画策定セミナーへ誘導する。

②経営分析の内容

【対象者】

- ・補助金申請、金融、税務、労働、法務、事業承継、事業再構築等をはじめ、小規模事業者からの各種相談の中で、販路拡大への強い意欲がある実効性の高い小規模事業者。
- ・セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い小規模事業者。

【分析項目】

- ・定量分析・・・財務分析・売上高・営業利益・経常利益・損益分岐点等
- ・定性分析・・・SWOT分析（内部環境における強み・弱み、外部環境の機会・脅威）

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」、経営支援基幹システム「BIZミル」等を活用し、経営指導員が分析を行う。定性分析については、SWOT分析フレームで整理する。より専門的な分析が必要な場合は、外部専門家と連携して分析する。

【分析事業者数】

小規模事業者 100 者程度

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者へフィードバックし、自社の現状及び課題・問題点を認識してもらい、今後の経営方針や事業計画策定等に活用する。また、分析結果を所内で共有することで、支援の均一化を図るとともに、経営指導員等のスキルアップを図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

補助金申請や資金調達ニーズをきっかけとする短期的な事業計画策定支援が多く、中・長期の経営を見据えた積極的な事業計画策定支援は少ない。

【課題】

補助金を積極的に活用する一部の会員事業所に偏った事業計画策定支援になっており、幅広い小規模事業者への意識付けとニーズの掘り起こしができていない。巡回・窓口・電話相談、当所会報・ホームページ等を活用して意欲のある小規模事業者を発掘し、セミナーへ誘導することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の相談内容は、売上の増加、仕入・経費の削減等、短期的な経営課題に関する相談が多い。そのため、事業計画策定の意義や重要性を認識してもらうことが大事である。その上で、中・長期的な事業の継続・発展を目指した事業計画策定を促す。事業計画策定支援に際しては、事業者が主体となり、事業者自らが考え、作成することを主眼に置き、当所としては、計画策定の動機付けと側面支援を行う。必要に応じて、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用し、事業計画をブラッシュアップする。(5. で経営分析を行った事業者の年間6割程度の事業計画策定を目指す。)

事業計画策定と連動するようにDXに向けたセミナーも開催し、小規模事業者の競争力強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③専門家派遣制度を活用した個別指導	2者	12者	12者	12者	12者	12者
事業計画策定事業者数	15者	60者	60者	60者	60者	60者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー・IT専門家派遣」の開催

経営分析を行った小規模事業者等を対象に、DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進するためにセミナーや実演会等を開催し、競争上の優位性を確立することを目指す。必要に応じて、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用する。

【対象者】

- ・経営分析を行った小規模事業者等を対象とし、DXの推進に取組む小規模事業者。
- ・セミナーを受講した事業者の中から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員がフォローするとともに、必要に応じて、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等の活用等、IT専門家の派遣を行う。

【募集方法】

- ・巡回、窓口、電話相談時に案内を行う。
- ・当所ホームページで広く周知するとともに、チラシを作成し、当所会報、地元新聞へのセミナー案内の記事掲載を行う。

- ・管内の非会員小規模事業者へはダイレクトメールで案内する。

【講師】

- ・IT 専門家、DX に詳しい中小企業診断士等

【回数】

- ・1 回

【カリキュラム】

- ・DX 総論、・DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）、・具体的な活用事例、
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介、・SNS を活用した情報発信方法、
- ・EC サイトの利用方法等

【セミナー参加事業者数】

小規模事業者 20 者程度

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析を行った小規模事業者等を対象とした事業計画策定に関するセミナー・個別相談会を開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。持続的発展に向けた事業計画策定の重要性を認識してもらうとともに、事業計画策定に向けた経営分析や計画立案の手法等に係るスキルアップに向けた支援を行う。また、個別相談会の実施により、より具体的な事業計画策定支援を行う。必要に応じて、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用するとともに、経営指導員の巡回・窓口・電話指導等により、事業計画策定まで継続したフォローアップを行い、伴走型の事業計画策定支援を実施する。

【支援対象者】

経営分析を行った小規模事業者等

【募集方法】

- ・巡回、窓口、電話相談を通じて案内する。
- ・当所会報及びホームページ、地元新聞へのセミナー案内の記事掲載等にて広報する。
- ・非会員小規模事業者へはダイレクトメールで案内する。

【講師】

事業計画策定支援の実績がある中小企業診断士等

【開催回数】

年 2 回

【募集人数】

小規模事業者延べ 40 者程度

【支援手法】

事業計画策定支援セミナーの受講者に対し、全ての経営指導員で担当割を行い、専門家等も交えて事業計画の策定に繋げるとともに、事業計画書の完成までフォローアップする。

③中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用した個別指導の実施

セミナー受講者等のフォローアップや事業計画のブラッシュアップのために、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用した個別指導を行い、事業計画の熟度を高める。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定支援を受けた事業者に対し、補助金申請後のフォローアップや資金調達支援後の指導等を行い、必要に応じて、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用している。

【課題】

事業計画策定後の訪問頻度・回数が少なく、フォローアップが不足している事業者もある。他業務の効率化も図りながら、訪問頻度を増やし、計画の進捗状況を的確に把握できるようにしなければならない。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、それぞれの事業計画に対する事業の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に濃密な支援を行う事業者と訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めて、臨機応変に対応し、フォローアップ頻度を増やしていく。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
フォローアップ 対象事業者数	15 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
頻度（延回数）	60 回	240 回	240 回	240 回	240 回	240 回
売上増加 事業者数	2 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
利益率 2%以上 増加の事業者数	2 者	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象とし、事業計画の実施支援を行う。巡回訪問等により策定した計画が着実に実行されているか定期的にフォローアップを行い、フォローアップした事業者数・回数・内容等については、経営支援基幹システム「BIZ ミル」により管理を行う。

フォローアップについては、四半期ごとの原則年4回のフォロー回数を目標とするが、計画の進捗状況、事業環境の変化、事業者からの申出等により、臨機応変に対応するとともに、事業計画に乖離が生じた場合は、中小企業119やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等も活用し、乖離が発生した要因を分析し、今後の対応策を検討する等、フォローアップの頻度の変更を行い、継続的な支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、小規模事業者の販路開拓・販路拡大を支援するため、商談会等の情報提供を行い、首都圏で開催される国内向けの食品展示商談会「アグリフード EXPO 東京」や沖縄県で開催される海外向けの展示商談会「沖縄大交易会」、テストマーケティングの場として日本商工会議所が運営する「地域うまいもんマルシェ」への参加・出店、北九州市で開催される工業製品を中心とした展示商談会「中小企業テクノフェア in 九州」への出展といった外部商談会等に係る支援や当所が主催する個別商談会を開催してきた。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、令和2年度より各種商談会の中止やオンライン開催が続いており、出展・参加ができていない。管内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路拡大には興味があるものの、「高齢化」、「人材不足」、「知識不足」、「設備不足」等もあり、踏み込めていないのが現状であり、ほとんどの小規模事業者は、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、近隣の限られた商圏での販売にとどまっている。

【課題】

これまでは、商談会出展・参加の事前準備・事後のフォローアップが十分ではなかったため、商談力向上セミナー等の開催を通じて、事前準備・事後のフォローアップのあり方を改善する必要がある。

また、新型コロナウイルス感染症の感染状況については、ワクチン接種が進んでいるものの、変異株等も発生し、いまだに先行きが見通せない状況にあり、対面式の商談会、集客を伴う密集型のイベントへの参加や開催については、制限される可能性がある。

今後、小規模事業者の新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

大都市圏で開催される商談会等への出展や当所主催による独自の個別商談会の開催等により小規模事業者の販路開拓・販路拡大支援を行う。出展・参加にあたっては、経営指導員が事前・事後の支援を行うとともに、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等も活用し、商談の進め方や陳列・接客等、きめ細かな支援を行う。

DX に向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や個別の相談対応等を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては、必要に応じて、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用して IT 専門家等の派遣を行い、事業者のスキルに合わせた支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
①アグリフード EXPO 東京 参加事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
成約件数／者	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
②当所主催の個別 商談会参加事業者数	—	20 者				
成約件数／者	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
③商談力向上 セミナー開催回数		1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
商談力向上 セミナー参加者数	—	20 者				
④SNS 活用事業者	0 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上高増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤他社ショッピング サイト利用事業者数	0 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑥自社ネットショッ プの開設者数	1 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①大都市圏等で開催される展示商談会「アグリフード EXPO 東京」等への出展

小規模事業者の売上拡大・販路開拓を図ることを目的に、大都市圏等で開催される展示商談会へ出展する。出展する展示商談会は、これまでに実績のある「アグリフード EXPO 東京（会場：東京都江東区有明にある東京ビッグサイト）」等を想定している。出展者は、管内小規模事業者 5 者程度を予定している。

※「アグリフード EXPO 東京」は、㈱日本政策金融公庫主催により、東京ビッグサイトで例年 2 日間開催されている出展者数：約 700 社（小間数：約 600 小間）、来場者数：約 12,000 人の国産農産物にこだわった全国規模の食品展示商談会で、当所管内の小規模事業者：5 者程度による共同出展（2 小間出展）を計画している。新型コロナウイルス感染症発生前の 2019 年に開催した際の当所共同ブースへの来場者数は約 500 人であった。

②当所主催による独自の個別商談会の開催

小規模事業者の売上拡大・販路開拓を図ることを目的に、大都市圏を中心とした県外バイヤーや県内バイヤーを招聘して独自の個別商談会を開催する。招聘バイヤーは、県外 2 社、県内 1 社の合計 3 社程度（計 3 回開催）を想定し、参加者は、管内小規模事業者 20 者程度を予定している。

※ネット通販・高品質スーパー・百貨店・商社等の中から 3 社をピックアップしてバイヤーを招聘し、それぞれ 1 回ずつの合計 3 回の個別商談会を開催する。1 開催あたり 7 者程度の小規模事業者と個別に商談してもらう計画である。

③商談力向上セミナーの開催

管内小規模事業者を対象に、商談に向けての心構えや商談の進め方、商品のディスプレイ等について理解を深めてもらうためのセミナーを開催し、成約件数や継続商談件数等の増加に繋げる支援を行う。また、必要に応じて、中小企業 119 やエキスパートバンク等の専門家派遣制度等も活用し、より具体的な個別指導も行う。

【対象者】

- ・商談会等への出展・参加に積極的な管内小規模事業者

【募集方法】

- ・巡回、窓口、電話相談時に案内を行う。
- ・当所ホームページで広く周知するとともに、チラシを作成し、当所会報、地元新聞へのセミナー案内の記事掲載を行う。
- ・非会員小規模事業者へはダイレクトメールで案内する。

【講師】

- ・流通業に詳しい中小企業診断士等

【開催回数】

- ・1 回

【募集人数】

- ・小規模事業者 20 者程度

④ SNS の活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の獲得のため、講習会事業等を活用したセミナーを実施し、DXに向けた支援の第一段階として、SNSの概要や活用法等の基礎を学んでもらい、まずは、事業者にとって馴染みがあり、導入しやすいSNSを活用し、宣伝効果の向上と売上を増加させるための支援を行う。

⑤ ヤフーや楽天等の他社が運営するショッピングサイトの活用 (BtoC)

小規模事業者持続化補助金等を活用して、ショッピングサイトの自社ページを作成する等、DXに向けた取組を支援するとともに、セミナーや中小企業119・エキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用して、効果的な商品紹介のリード文の作成・写真撮影・商品構成等、伴走型支援を継続的に行う。

⑥ 自社ネットショップの開設 (BtoC)

小規模事業者持続化補助金等を活用して、ネットショップの立ち上げや改良等、DXに向けた取組を支援するとともに、セミナーや中小企業119・エキスパートバンク等の専門家派遣制度等を活用して、効果的な商品構成、ページ構成、PR方法等、伴走型支援を継続的に行う。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

鹿屋市商工振興課、当所担当副会頭・専務理事・経営指導員の他、外部有識者として、税理士、中小企業診断士等を加えたメンバーにより構成する「評価委員会」を開催し、事業の実施状況及び計画に掲げている数値目標の達成等の成果について評価報告を行い、次年度の取組に活かしている。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響もあり、「評価委員会」を開催出来ていない状況である。

【課題】

定量目標に関しては、問題点・改善点が見えやすいが、定性目標に関しては、評価しづらく、仕組みの再構築が必要な場合もあり、見直しに時間を要することが課題である。

(2) 事業内容

① 「評価委員会」の開催 (年1回)

鹿屋市商工振興課、当所担当副会頭・専務理事・法定経営指導員の他、外部有識者として、税理士、中小企業診断士等を加えたメンバーにより構成する「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価・検証を行う。

②事業の評価結果の公表

「評価委員会」の評価結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、常議員会（役員会）にフィードバックした上で、当所ホームページ等により公表し、小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

日本商工会議所、鹿児島県商工会議所連合会、中小機構（中小企業大学校）、支援機関等が行う研修等への参加により資質向上に取り組んでいる。

【課題】

支援施策の複雑化・高度化により、専門知識の不足や経営指導員間の能力の差異・支援件数の偏りが生じており、支援実績やノウハウ等の共有、DXに向けた新たな技術情報の収集や知識の習得等、各職員の支援能力の向上が課題である。

(2) 事業内容

①鹿児島県商工会議所連合会主催の経営指導員研修への参加（年2回）

鹿児島県下の商工会議所経営指導員を対象とした研修会（一般コース：1回、特別コース：1回）に参加し、国や県の最新の施策・支援策・経営におけるトレンド等の情報収集や事例演習により支援スキルの向上を図るとともに、他の商工会議所が実施している小規模事業者支援事例や地域が抱える課題等の情報交換を行う。

②中小機構（中小企業大学校）が主催する研修への参加

経営発達支援事業の推進にあたり、経営分析力や事業計画策定支援能力等のスキル向上のため、中小機構が主催する中小企業大学校専門研修（「税務財務診断」、「経営診断基礎」等）に経営指導員・経営支援員を積極的に参加させ、支援能力の向上を図る。

③DX推進に向けた経営指導員向けIT研修への参加

DX推進に向けて、小規模事業者等への情報提供や経営指導を行うために、関係団体等が開催するIT研修会等へ積極的に参加し、経営指導員の知識習得を図る。

④職員ミーティングの開催（月1回）

経営指導員等を講師に、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、補助金申請支援等、全職員を対象とした経営支援の勉強会を月1回（年12回）開催する。支援実績や支援ノウハウを共有することにより、個々の職員の支援能力の向上と所内の総合的な支援内容の充実・高度化を図る。

⑤データベース化

経営指導員・経営支援員の巡回・窓口相談において、事業者情報や支援状況等を会員カルテシステムや経営支援基幹システム「BIZミル」へ随時・適切にデータ入力し、小規模事業者の状況等を全職員で相互共有し、担当者不在でも事業者への対応・支援が滞りなく実施できるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し、所内で共有することで支援力の向上を図る。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

隣接するかのや市商工会とは、鹿屋市の支援施策等の協議や情報交換等を定期的に行っている。また、鹿児島県の大隅地域振興局や地域金融機関等とも各種会合等の機会に、小規模事業者等の状況について意見交換・情報交換を行っている。

【課題】

更なる連携体制の強化を図り、それぞれの資源・情報・ノウハウを可能な限り共有化し、地域活性化を実現することが課題である。また、広域的な経済発展という観点から、大隅半島にある「かのや市商工会」以外の8つの商工会との連携が不足している。

(2) 事業内容

①金融機関との情報交換会の開催（年2回）

当所・鹿屋市・地域金融機関（鹿屋市内の民間金融機関7行）・㈱日本政策金融公庫鹿屋支店をメンバーとする「鹿屋市金融懇話会」において、鹿屋市内の事業所の経営状況や金融斡旋状況、支援事例等について、情報交換・意見交換を行う。資金調達は、小規模事業者にとって重要な問題であり、支援を行う経営指導員にとって融資制度の知識や情報を得る貴重な会議であり、こうした情報を蓄積し、共有することでスムーズな資金調達支援に繋がる。

②大隅地区9商工会との経営指導員合同研修会の開催（年1回）

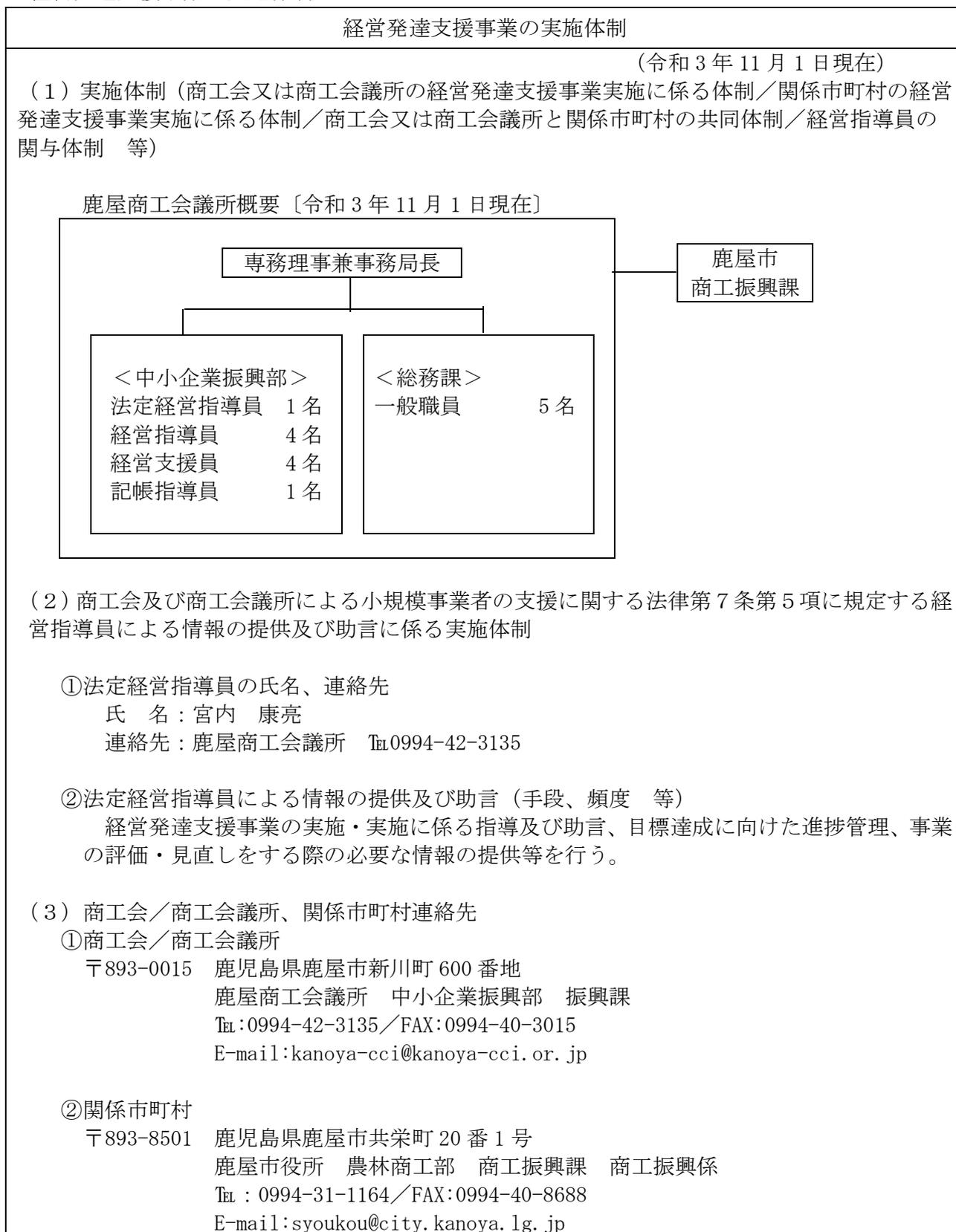
当所経営指導員と大隅半島の9つの商工会の経営指導員と合同で、小規模事業者支援に係る研修会を開催する。研修により、経営支援のノウハウを習得するとともに、各地域の支援状況等の情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

③鹿児島県・大隅地区9商工会・各支援団体等との情報交換会の開催（年1回）

鹿児島県が支援団体向けに毎年度初めに開催する「中小企業・小規模企業振興に関する意見交換会」に参加し、新規事業をはじめとする鹿児島県の各種施策・支援策・予算等についての情報を収集するとともに、課題等についての意見交換を行い、小規模事業者への情報提供と支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	5,250	5,250	5,250	5,250	5,250
経営発達支援事業	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
事業計画策定・実施支援	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
・DXセミナー開催	300	300	300	300	300
・経営分析セミナー開催	600	600	600	600	600
・事業計画策定セミナー開催	600	600	600	600	600
販路開拓支援	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300
・外部商談会出展等	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・独自個別商談会開催	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・商談力向上セミナー	300	300	300	300	300
支援力向上	450	450	450	450	450
・職員資質向上 (旅費)	450	450	450	450	450
県連研修	200	200	200	200	200
中小企業大学校	250	250	250	250	250

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、鹿児島県補助金、鹿屋市補助金、事業受託費、事業者負担金、事業収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等